



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

Primer cuatrimestre de 2019
Número 13. Mayo de 2019

Sumario

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña 3



Televisión

Distribución de canales de televisión en Cataluña	5
La televisión de ámbito nacional	6
La televisión de ámbito estatal	7
La televisión de ámbito local	8
La televisión local pública	9
La televisión local privada	10
La televisión local por internet	11
Prácticas de consumo televisivo	13
Grado de objetividad y pluralidad informativas en la televisión	14



Radio

Distribución de emisoras de radio en Cataluña	17
La radio pública	18
La radio privada	19
Audiencia de la radio	20
Audiencia de la radio por franjas horarias	21



Internet

Tiempo de uso diario de internet	29
Dispositivos de acceso a internet	30
Actividades más habituales mientras se navega por internet	31
Consumo de contenidos audiovisuales en internet	32
Servicios de internet utilizados para informarse	33
Perfiles en las redes sociales	34
Redes sociales más utilizadas	35



El apunte. Verificadores de noticias o fact checkers	36
Verificadores de noticias: definición y contexto	37
Les Décodeurs (<i>Le Monde</i>): ejemplo de verificador	38
Principales verificadores de noticias	39

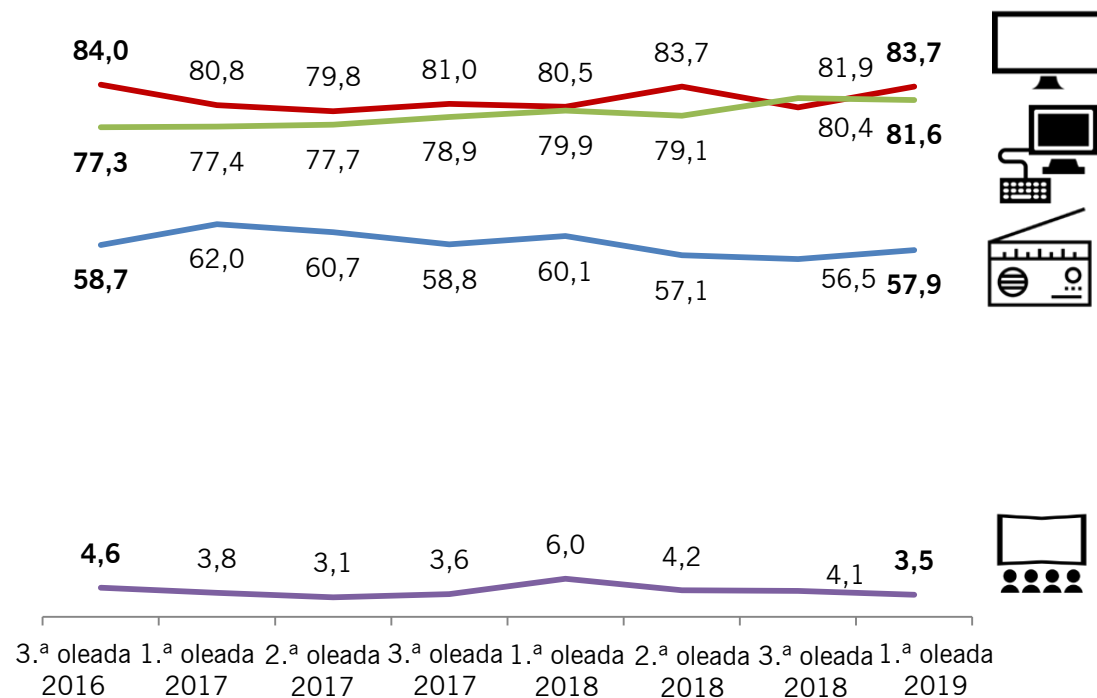
Flashes



40

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (1)

Penetración de los medios audiovisuales en Cataluña (en % sobre el total de la población)



Consumo EN CATALUÑA



En el primer cuatrimestre del año, el consumo medio de televisión ha sido de 3 h y 5 minutos de televisión.

De lunes a domingo, se escucha diariamente una media de 1 hora y 43 minutos de radio.

Nota: la penetración indica el porcentaje que la audiencia de cada medio representa en relación con el total de la población.

Los datos relativos a internet hacen referencia a la conexión, indistintamente del uso que se haga de él. Periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior a la entrevista); cine (última semana).

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2019.

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (y 2)

Penetración de los medios audiovisuales en Cataluña por sexo y franja de edad (en % sobre el total de la población)



SEXO / EDAD	TELEVISIÓN	RADIO	INTERNET	CINE
Total población	83,7	57,9	81,6	3,5
Hombres	83,7	61,5	83,6	3,7
Mujeres	83,6	54,6	79,8	3,3
De 14 a 19 años	75,3	45,8	95,7	4,4
De 20 a 24 años	76,4	59,7	97,6	5,6
De 25 a 34 años	78,4	52,2	95,7	4,6
De 35 a 44 años	81,0	65,0	94,9	3,1
De 45 a 54 años	83,4	65,4	84,4	2,0
De 55 a 64 años	89,8	60,5	79,1	4,1
De 65 años y más	89,9	51,1	52,6	3,1
Media edad	49,4	48,0	44,5	45,2

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2019.



Distribución de canales de televisión en Cataluña



91 canales de televisión en abierto

En el sector televisivo hay una mayor oferta de canales privados, un 74%, frente a un 26% de televisión pública.



El hogar catalán recibe entre 41 y 43 canales de televisión en abierto: 8 de ámbito nacional, 32 de estatal y los canales de ámbito local.

Oferta de televisión por ámbito territorial

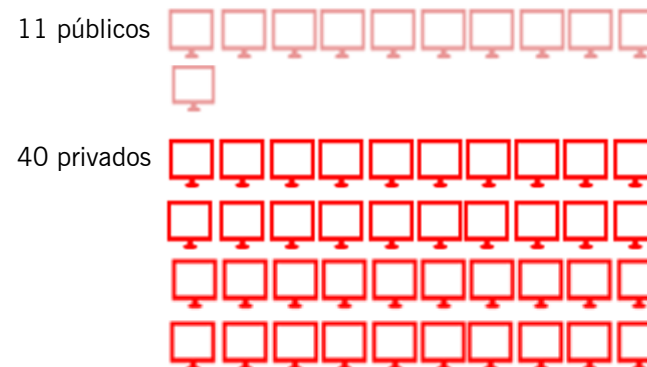
8 canales nacionales



32 canales estatales



51 canales locales



Nota: en el BIAC se denomina *canales* (término usual) a los *programas* (término técnico y administrativo) de TDT que emiten por cada múltiplex (MUX). Fuente: CAC (canales TDT nacional y local) y Ministerio de Economía y Empresa (canales TDT estatal). Diciembre de 2018.

La televisión de ámbito nacional

 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

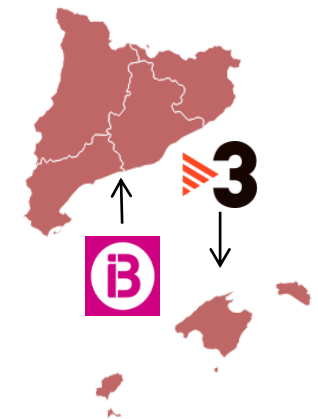
Por ámbito, titularidad, oferta y lengua vehicular

 Catalán

8 canales nacionales	5 canales públicos 62%	Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA)     
	3 canales privados 37%	Grupo Godó   + Futbol Club Barcelona 

+ Reciprocidad de emisiones

El canal balear IB3 Global se ve en Cataluña desde abril de 2016.



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2019.

La televisión de ámbito estatal

 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

Per ámbito, titularidad, oferta y lengua vehicular

 Castellano

32 canales estatales	7 canales públicos 22%	Corporación de Radio y televisión Española (CRTVE)       				
	25 canales privados 78%	Atresmedia televisión     neox nova MEGA A3S	Mediaset España   cuatro      	NET televisión   VEO televisión DMAX GOL	13 televisión TRECE Real Madrid televisión  Real Madrid TV	Grupo Secuoya  Grupo Kiss Media DKISS

Nota: El prestador CRTVE emite contenidos en catalán para Cataluña a través de los canales La 1, La 2 y Canal 24 Horas.

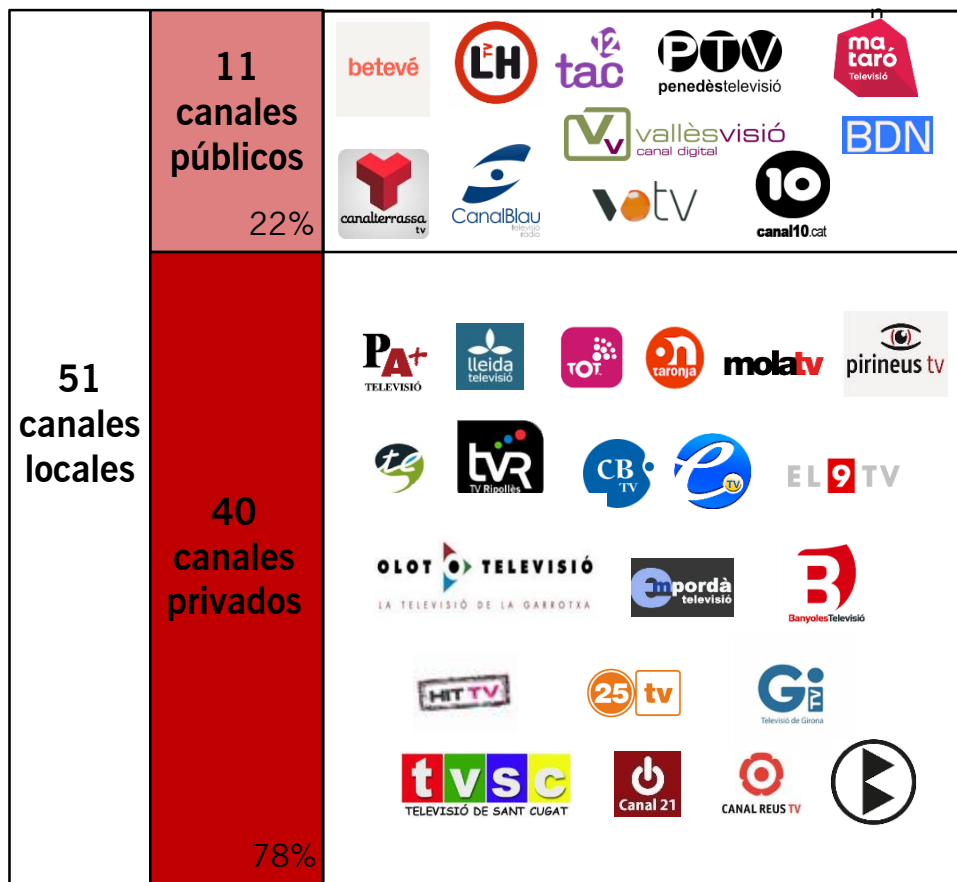
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y sitios web corporativos de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Mayo de 2019.

La televisión de ámbito local

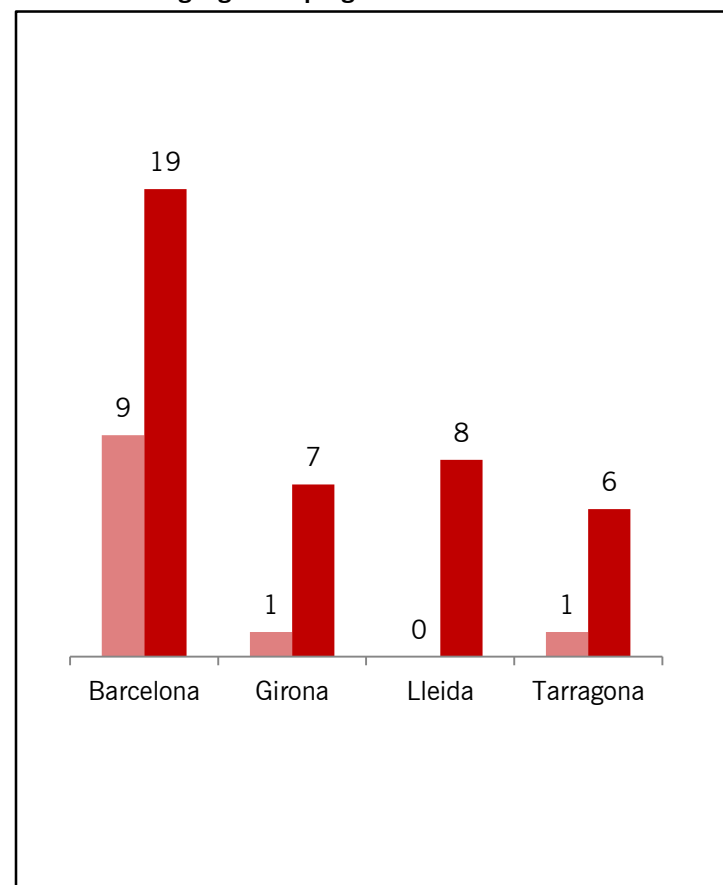
 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

Canales y programas de TDT por ámbito, titularidad y lengua

 Catalá



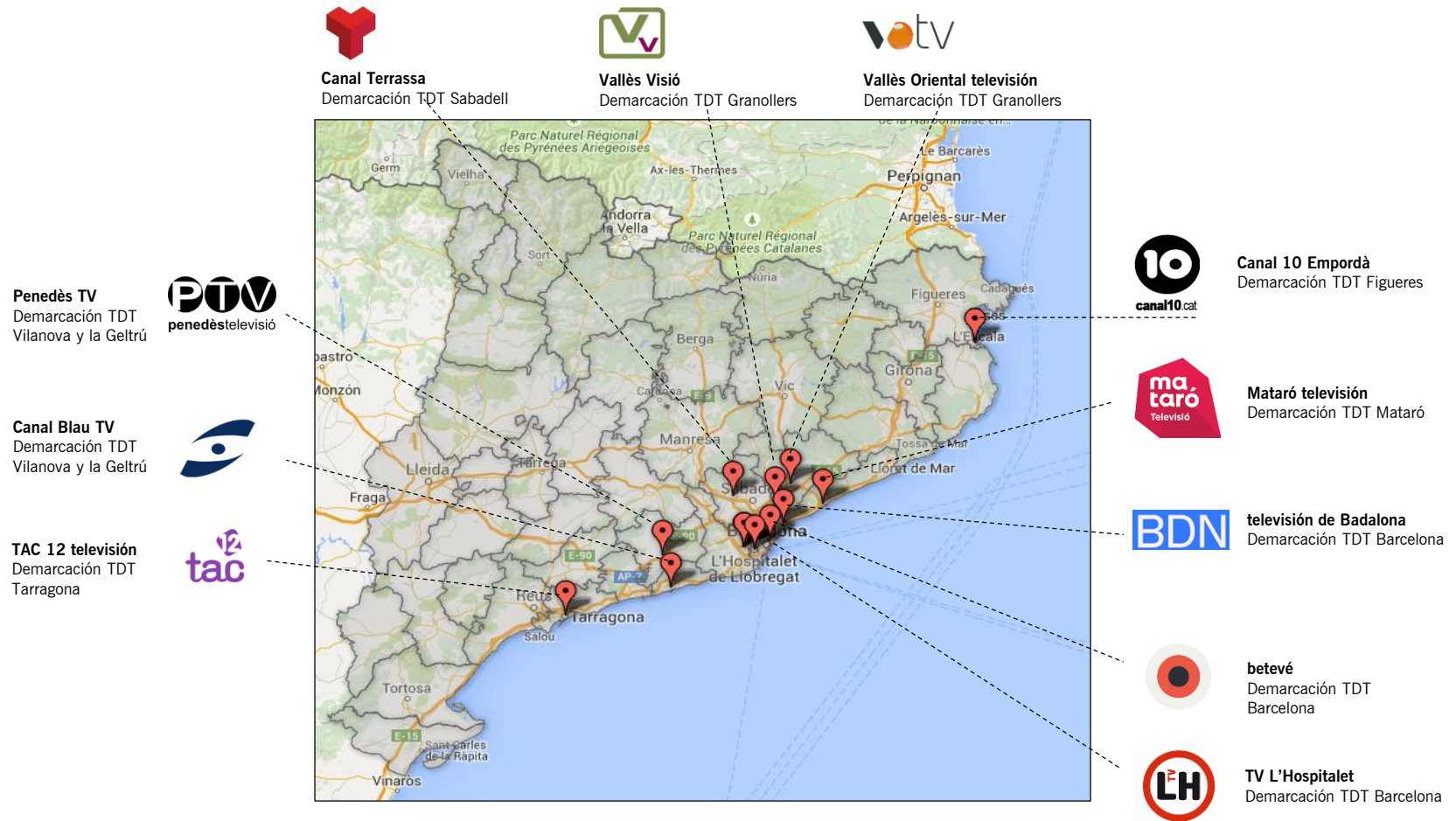
Distribución geográfica programas TDT



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2019.

La televisión local pública

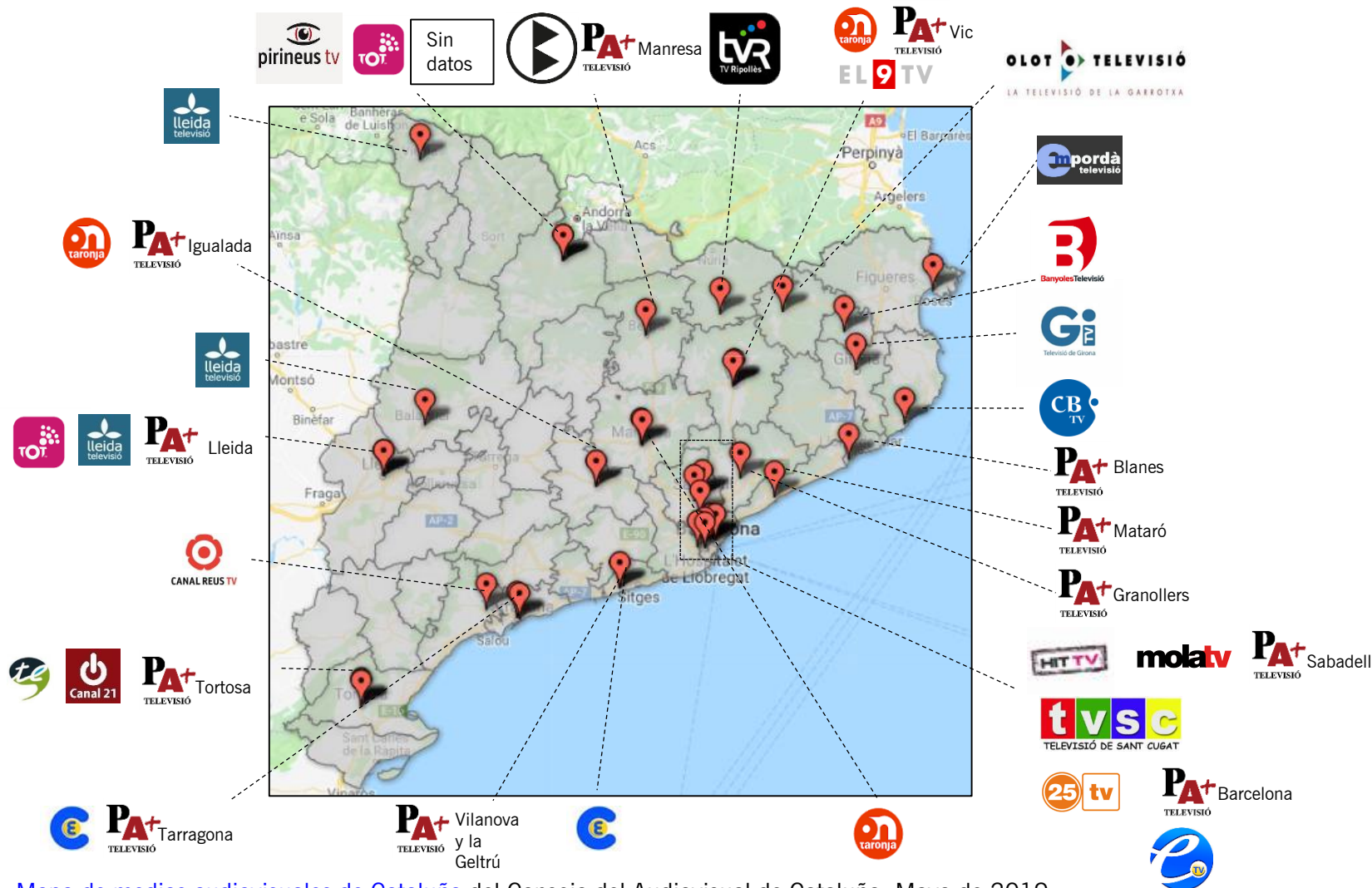
Oferta de las 11 televisiones públicas de ámbito local (TDT)



Fuente: [Mapa de medios audiovisuales de Cataluña](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2019.

La televisión local privada (1)

Oferta de las 40 televisiones privadas de ámbito local (TDT)

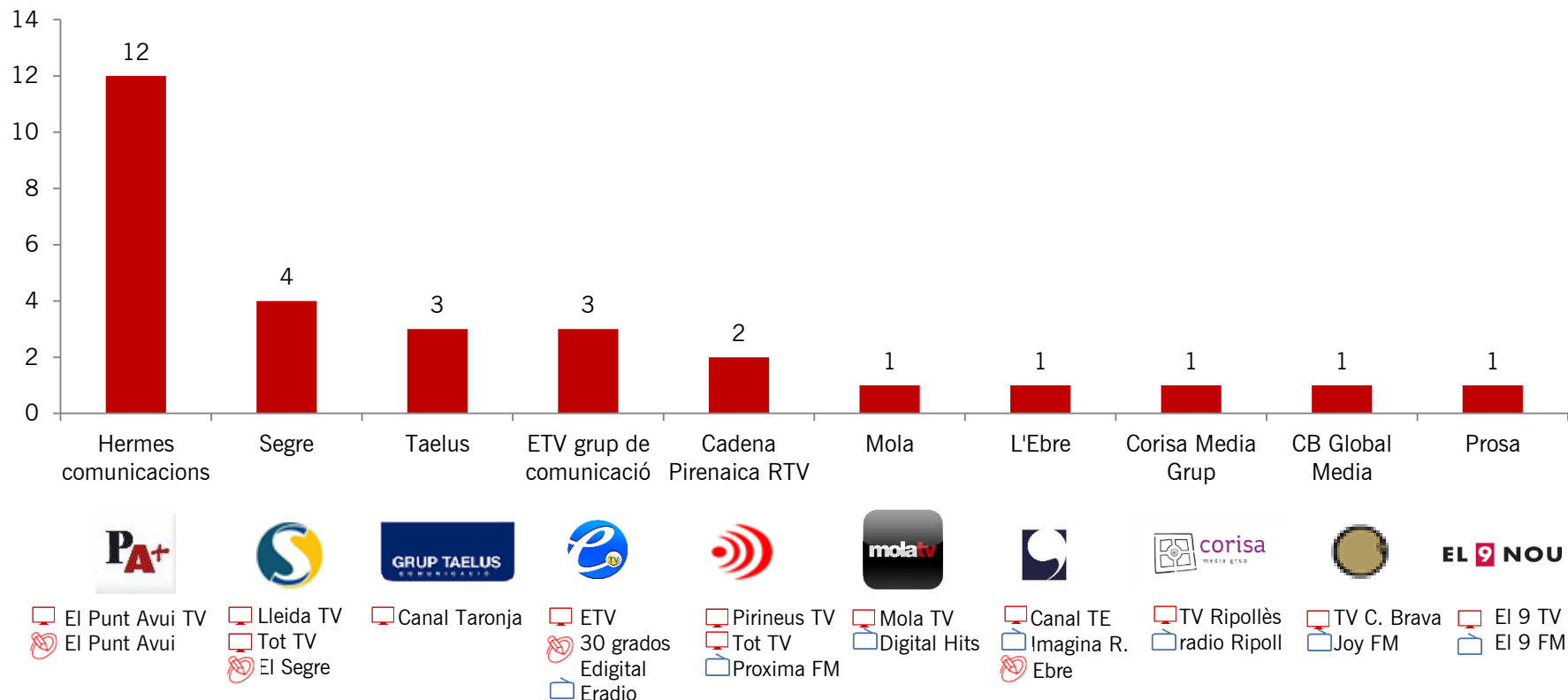


Fuente: [Mapa de medios audiovisuales de Cataluña](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2019.

La televisión local privada (y 2)

Grupos de comunicación local privados con presencia en el sector televisivo local

 Canal TV
  Emisora radio
  Prensa



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2019.

La televisión local por internet

Televisión local por internet IPTV (ejemplos)



Aran TV

Televisión por internet del
Consell General d'Aran



Gavà TV

Televisión local
por internet de Gavà



Maricel TV

Televisión local y
municipal de Sitges



El Prat TV

Televisión local por internet de
El Prat de Llobregat gestionada
por la sociedad municipal El
Prat Comunicació SL, empresa
pública que también gestiona la
radio y la revista municipales.



UNA TELEVISIÓ CATALANA
cultural per internet

sies.tv

Cadena de televisión IP que ofrece
contenidos de actualidad cultural,
nuevas tendencias y todo lo que
afecta al conocimiento
y la innovación.



Radio TV 10

Televisión local de Sant
Esteve Sesrovires



VDV TV

Televisión de Vilanova
del Vallès



Canal 150

Portal multimedia de
información local de Santa
Coloma de Gramenet



Canal Camp

Televisión local
por internet de La
Selva del Camp



rtvc

Radio televisión Cardedeu



TV Vandellós

Televisión local en línea
de Vandellós y
L'Hospitalet de l'Infant

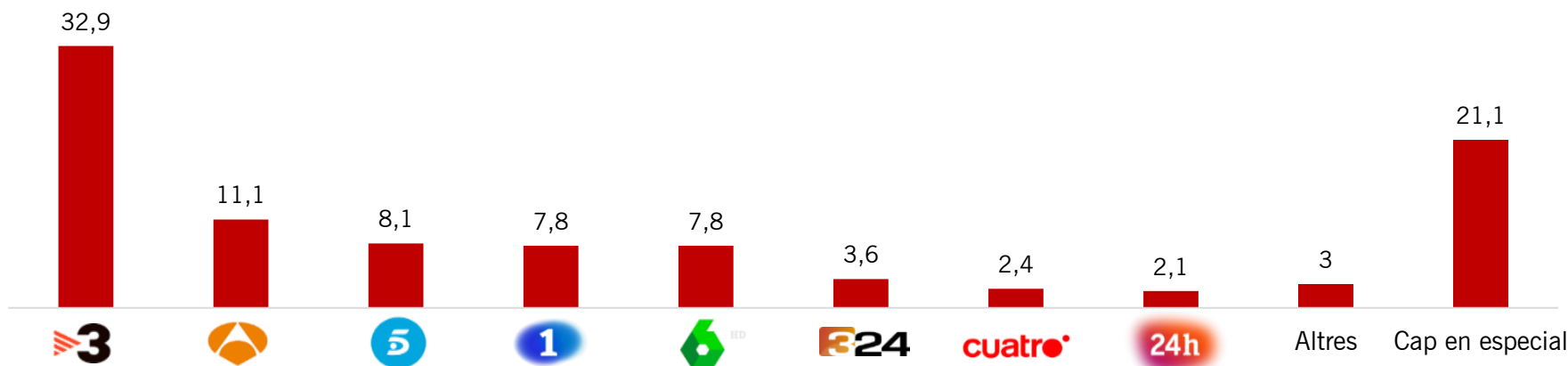
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Març de 2019

Prácticas de consumo televisivo (1)

Canales de televisión más vistos para informarse (en %)

TV3 es el canal de televisión por el que más personas se informan en Cataluña, seguida a distancia de Antena 3 TV. Destaca que dos de cada diez personas no tienen preferencia por ningún canal concreto a la hora de informarse.

	Sexo		Franjas de edad				
	Hombre	Mujer	16-24	25-34	35-49	50-64	64 y más
TV3	32,9	33,0	23,5	26,2	30,8	37,4	40,1
Antena 3 TV	8,6	13,5	14,5	9,9	9,2	13,6	10,5
Telecinco	5,9	10,1	7,8	7,7	8,2	6,0	10,5
TVE	7,1	8,4	4,8	3,9	6,3	7,9	13,6
laSexta	8,4	7,2	4,8	9,0	6,3	12,5	5,4
3/24	4,3	3,0	2,4	3,9	5,6	1,6	3,4
Cuatro	3,1	1,7	5,4	3,9	3,6	0,5	0,3
24h	2,7	1,5	1,8	2,6	2,9	2,2	0,6
La 2	0,6	0,4	0,0	0,0	0,0	0,5	1,7



P10. Cuál es su canal de televisión preferido para informarse? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

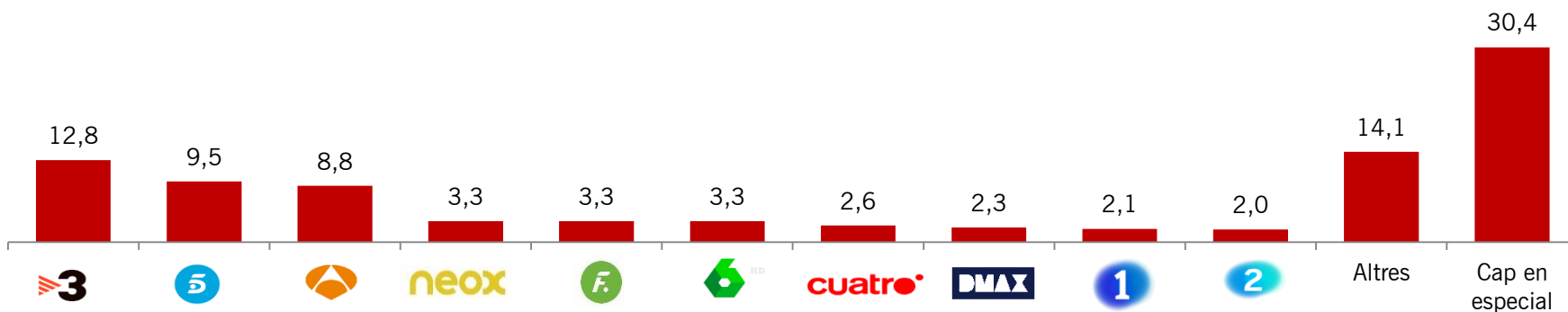
Prácticas de consumo televisivo (y 2)

Canales de televisión más vistos para entretenerse (en %)

La primera opción de la población catalana para entretenerse es TV3, seguida, a tres puntos de distancia, de Telecinco.

Por franjas de edad, los y las más jóvenes se entretienen más con Factoría de Ficción y Telecinco. Por sexo, las mujeres miran mucho más Telecinco y Antena 3 TV que los hombres.

	Sexo		Franjas de edad				
	Hombre	Mujer	16-24	25-34	35-49	50-64	64 y más
TV3	13,9	11,8	4,8	6,9	13,8	16,5	15,3
Telecinco	4,6	14,1	6,0	9,4	6,7	9,5	15,0
Antena 3 TV	5,9	11,4	4,8	5,6	7,9	9,8	12,7
Neox	4,1	2,5	10,2	9,4	2,1	1,1	0,0
Factoría de Ficción	4,0	2,5	17,5	1,7	2,9	1,4	0,0
laSexta	4,1	2,4	1,2	3,9	1,5	5,7	3,7
Cuatro	3,0	2,2	4,8	3,9	2,3	2,7	0,8
DMax	3,7	1,0	3,0	2,1	2,1	1,9	2,8
TVE	2,3	1,8	1,2	0,4	1,9	2,2	3,7
La 2	1,5	2,4	1,2	0,9	0,2	1,9	5,6



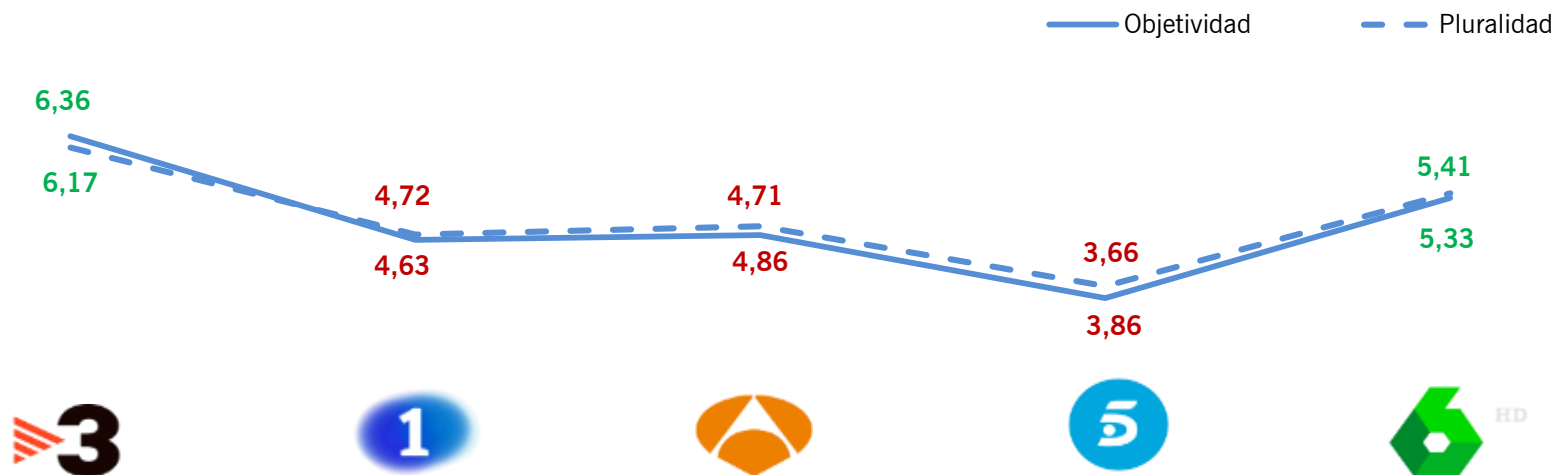
P12. Cuál es su canal de televisión preferido para entretenerse? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Grado de objetividad y de pluralidad informativas en la televisión

Grado de objetividad y pluralidad informativas

TV3 y laSexta son los dos únicos canales generalistas de televisión que aprueban en términos de objetividad y pluralidad informativas, según las personas encuestadas.



P13; P14. En una escala de 0 a 10, en la cual 0 significa nada y 10 mucho, cómo calificaría el grado de objetividad informativa/pluralidad informativa de los siguientes canales de televisión? (Base: mira el canal de televisión N=1.600, media, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.



Distribución de emisoras de radio en Cataluña

Radio pública
Radio privada

262 emisoras de radio

El número total de frecuencias usadas por el sector radiofónico es de 787, el 75% (589) de las cuales emiten la oferta de radio pública.



El hogar catalán recibe más de 30 emisoras: 10 radios de ámbito nacional, 20 estatal y las emisoras de ámbito local.

Por zona de servicio

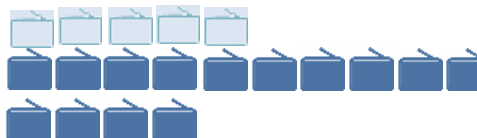
12 emisoras nacionales

4 públicas
8 privadas



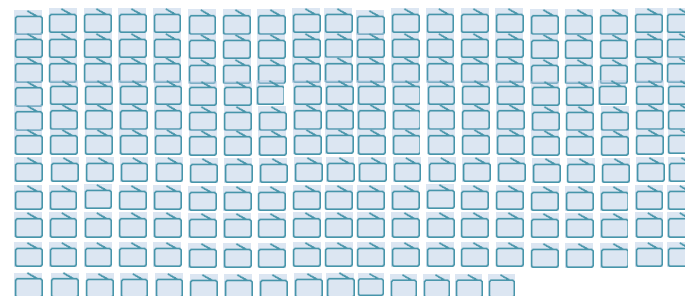
19 emisoras estatales

5 públicas
14 privadas



231 emisoras locales

215 públicas



16 privadas



Nota: en el BIAC se entiende por *emisora* el medio de comunicación que emite un producto radiofónico por medio de una o más frecuencias.
Fuente: CAC (FM local), CCMA (FM nacional y FM estatal privadas) y Ministerio de Economía y Empresa (FM estatal públicas). Mayo de 2019.

La radio pública

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

224 emisoras públicas	4 emisoras nacionales	CCMA  Cat     Catalán
	5 emisoras estatales	CRTVE       Castellano y catalán (solo Ràdio 4)
	215 emisoras locales	                     Catalán

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña (FM local), Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (FM nacional) y Ministerio de Economía y Empresa (FM estatal). Mayo de 2019.

La radio privada

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

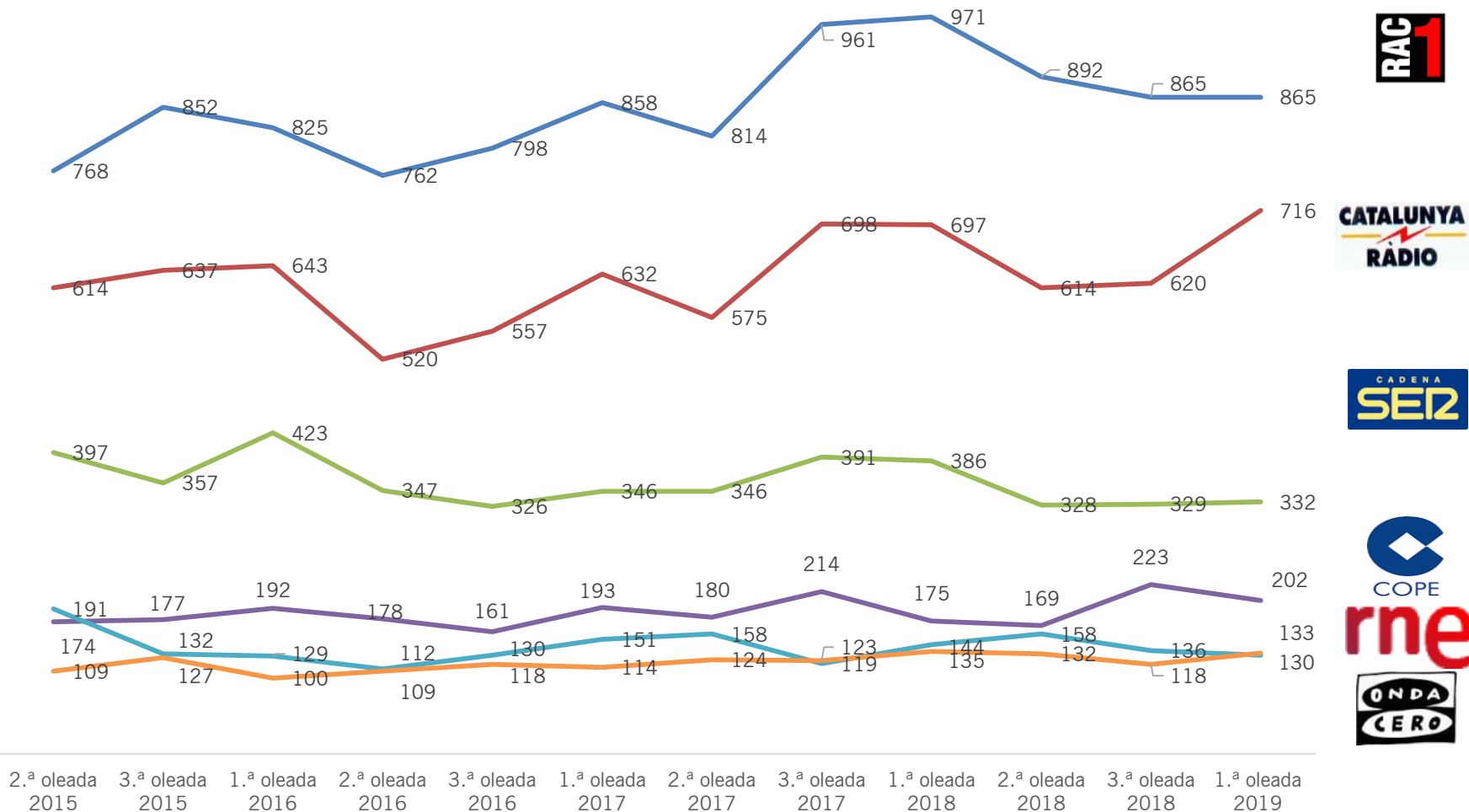
38 emisoras privadas	8 emisoras nacionales	GODÓ   FLAIX   ESTEL  PRISA  TELE TAXI    Catalán
	14 emisoras estatales	PRISA       COPE    ATRESMEDIA    RADIO BLANCA  UNIDAD EDITORIAL   Castellano (excepto desconexiones)
	16 emisoras locales	                Catalán

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2019.

Audiencia de la radio (1)

Ránquing de las radios generalistas. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a viernes)

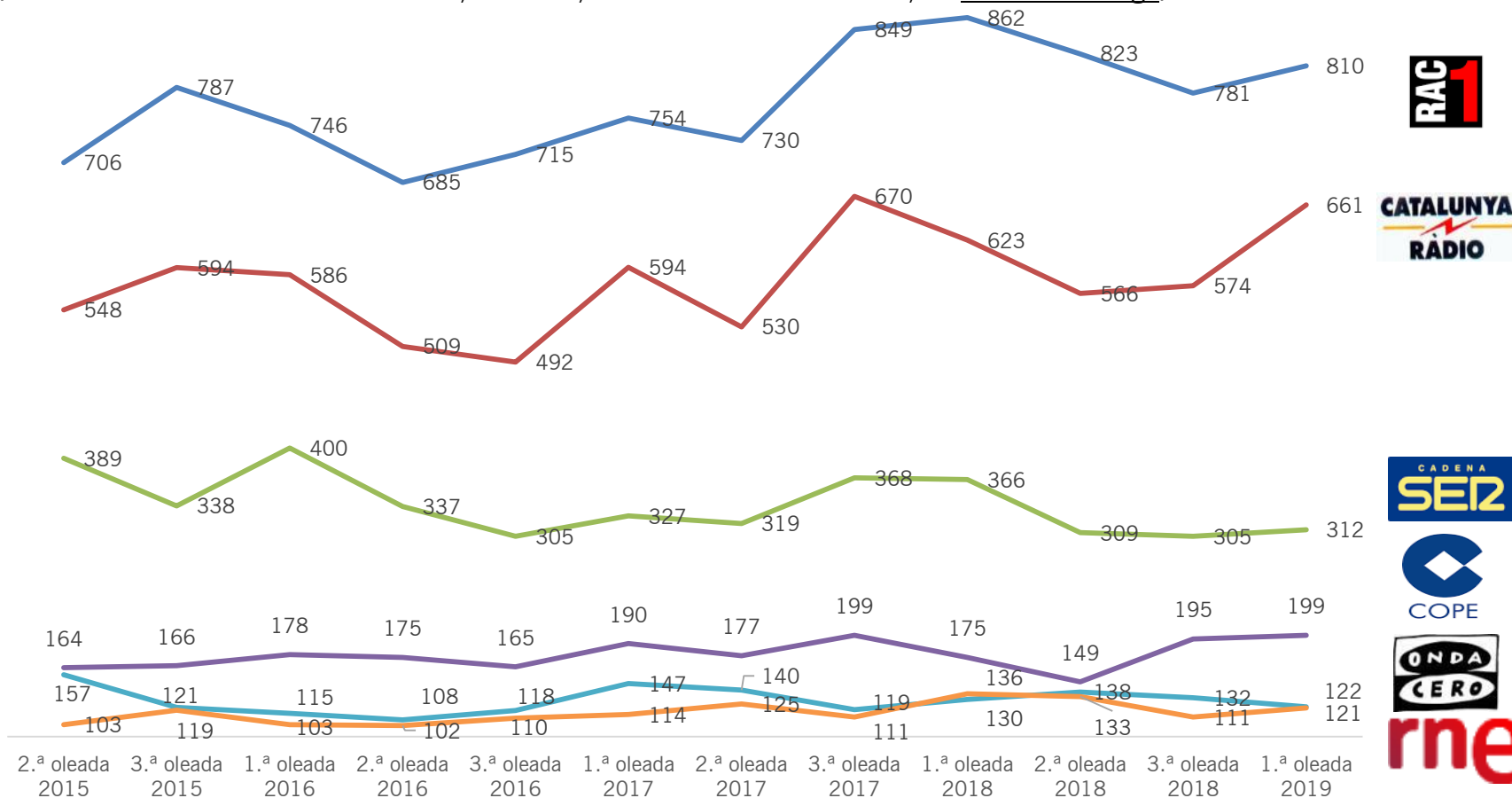


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2019.

Audiencia de la radio (2)

Ránquing de las radios generalistas. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)

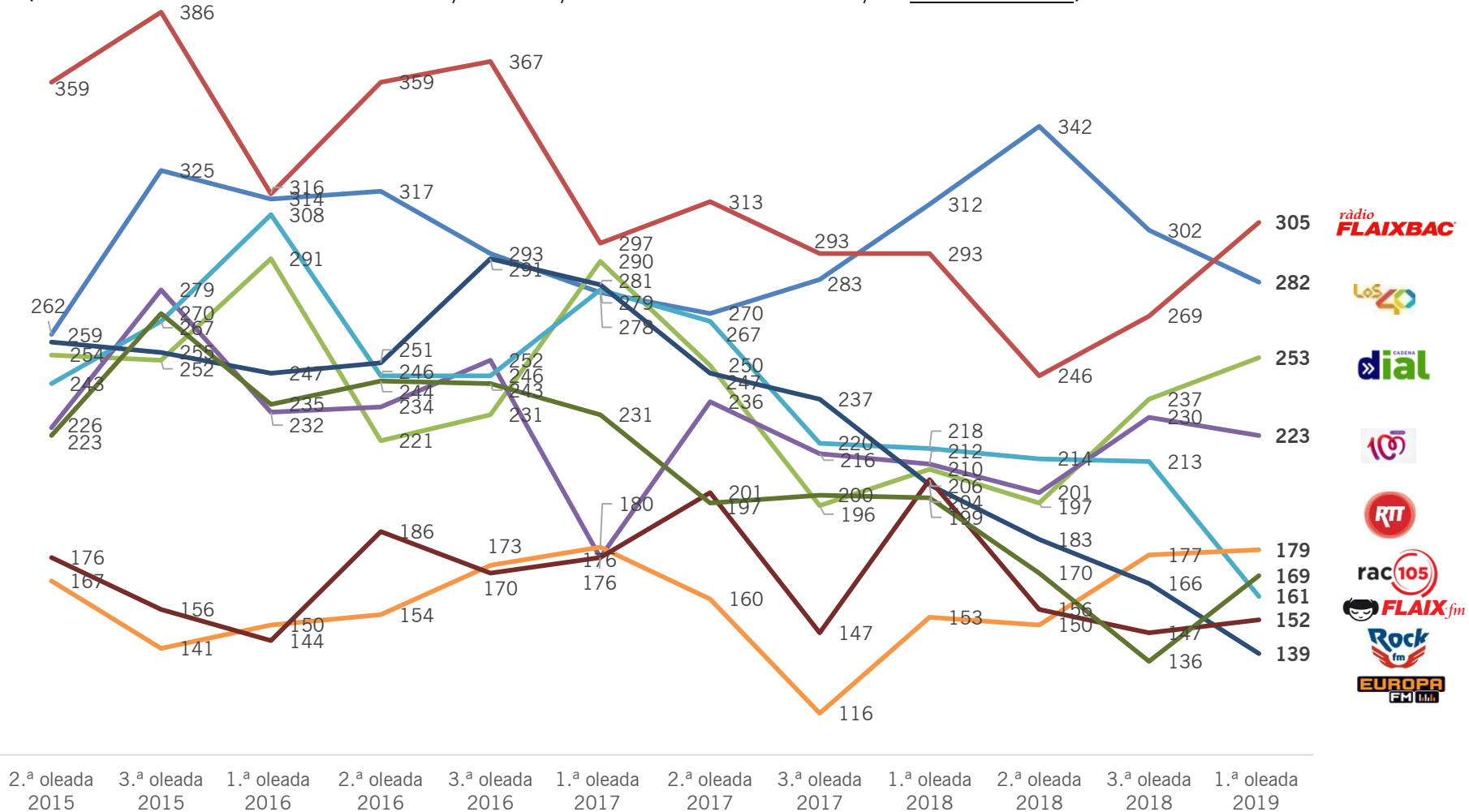


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2019.

Audiencia de la radio (3)

Ránquing de las radios musicales. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a viernes)

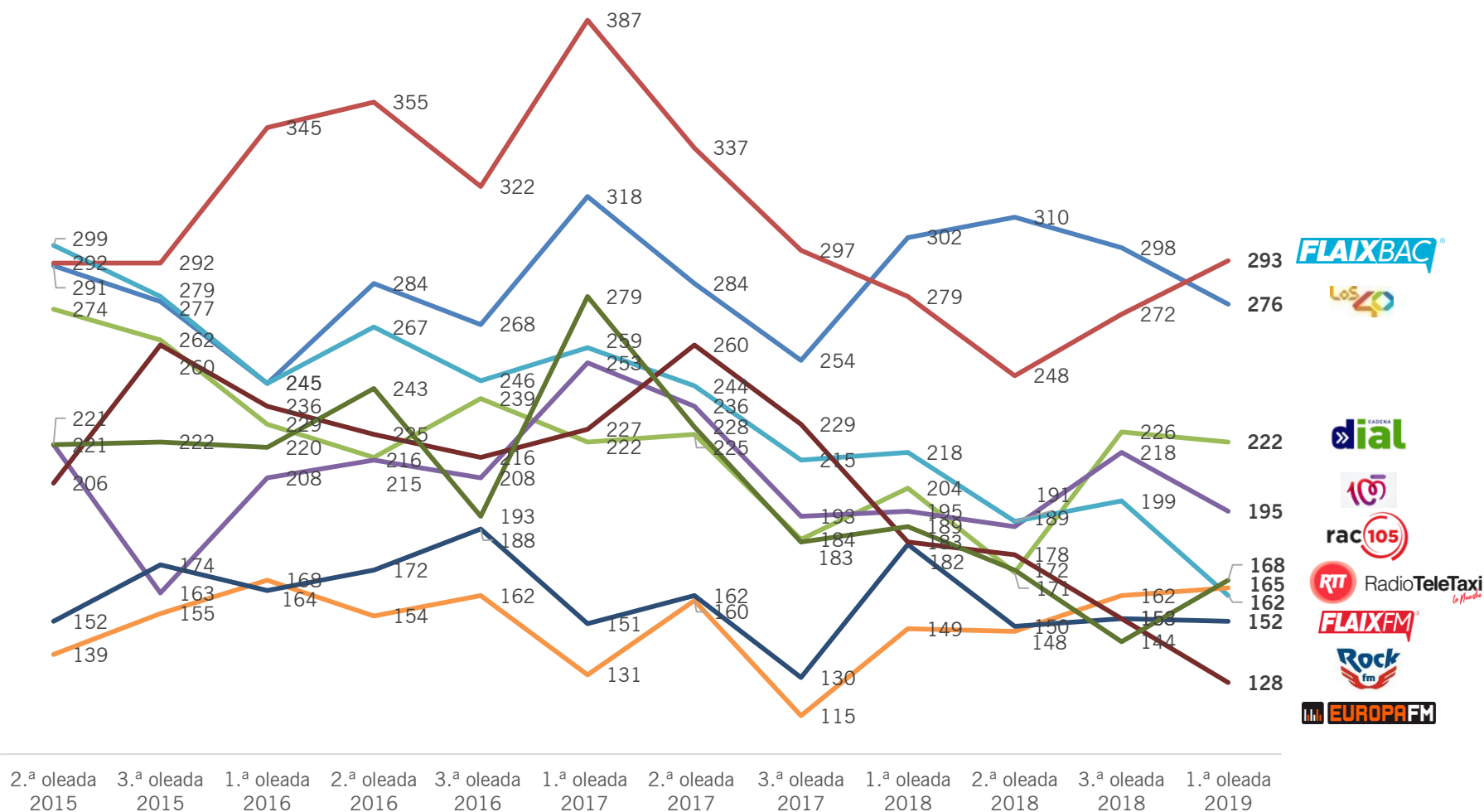


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2019.

Audiencia de la radio (4)

Ránquing de las radios musicales. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)

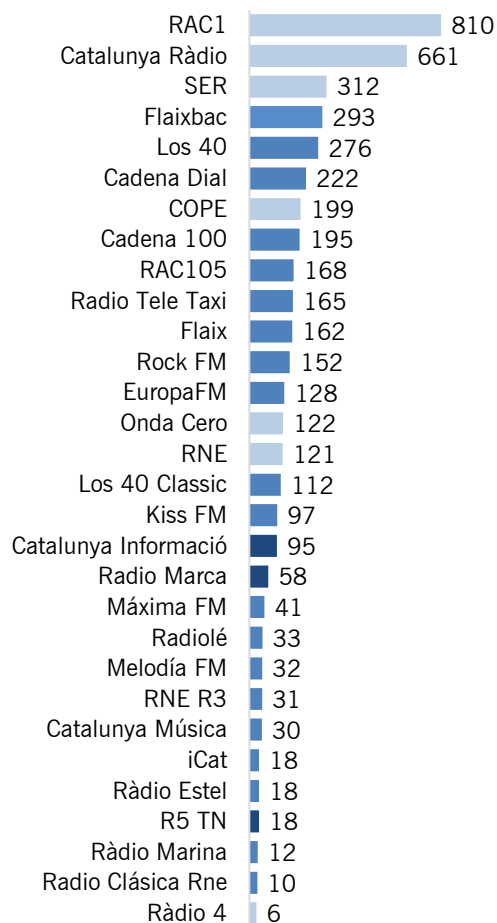


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2019.

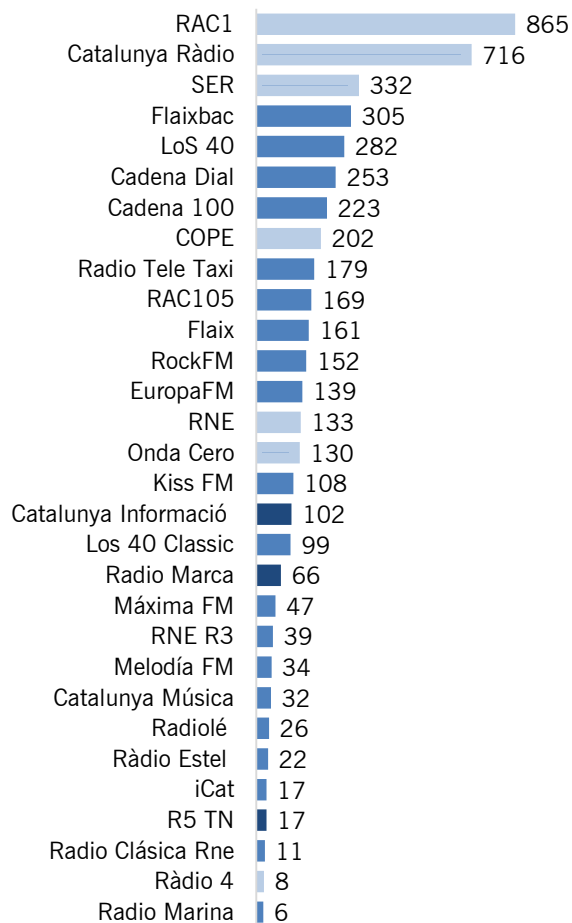
Audiencia de la radio (5)

Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña (en miles sobre el total de la población, día anterior a la entrevista)

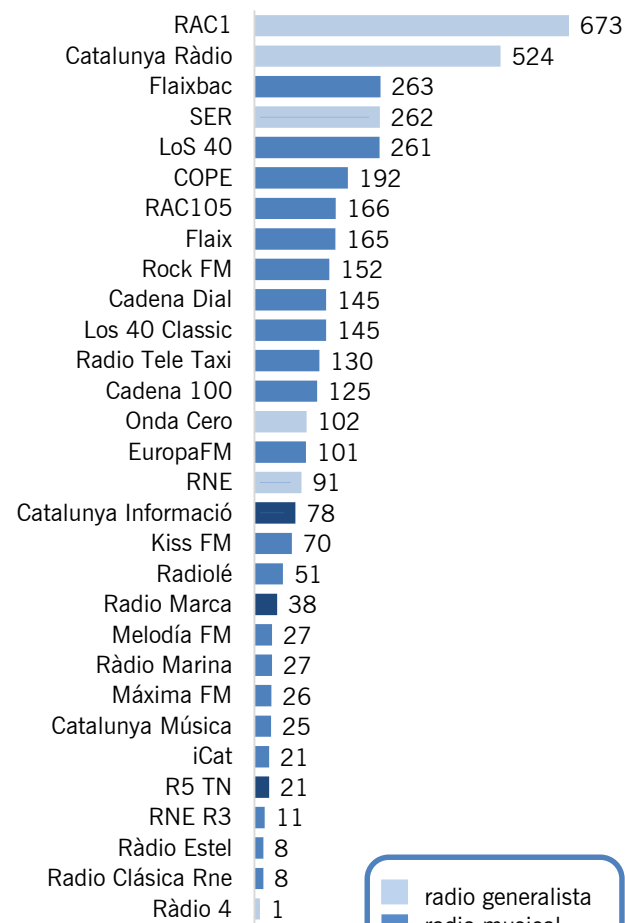
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo

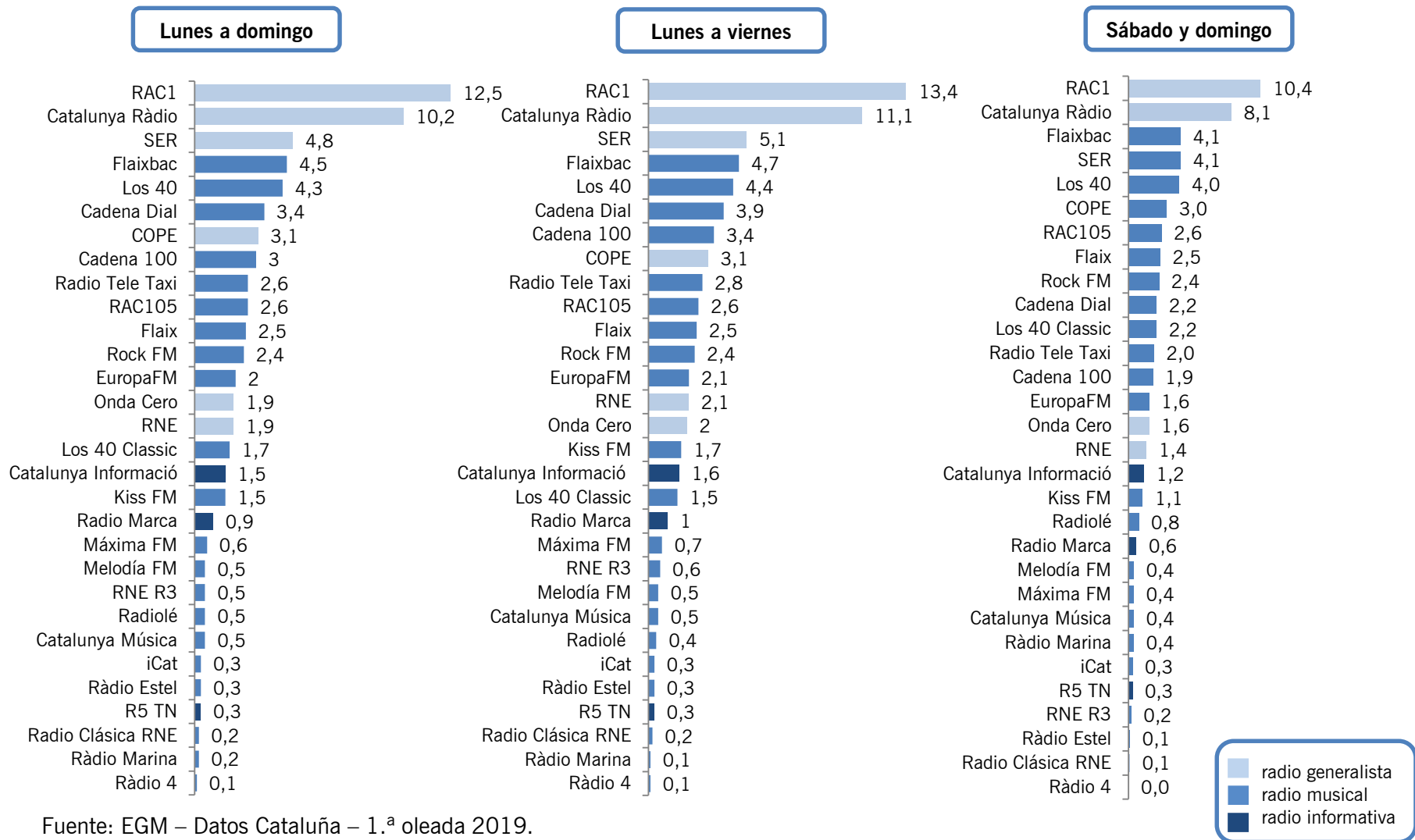


radio generalista
 radio musical
 radio informativa

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2019.

Audiencia de la radio (y 6)

Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña (en % sobre el total de población, día anterior a la entrevista)



Audiencia de la radio por franjas horarias

En Cataluña, cada día 1.996.000 personas escuchan la radio generalista y de éstas, 1.541.000 lo hacen en la franja matinal de 6 a 12 h de lunes a viernes.

Audiencia de la radio por franjas horarias de las principales cadenas generalistas en Cataluña

(en miles de oyentes, de lunes a viernes y ordenado por audiencia acumulada, y, entre paréntesis, oleada anterior)

Emisora	Audiencia acumulada	 de 6 a 12 h	 de 12 a 16 h	 de 16 a 20 h	 de 20 a 6 h
	810 (865)	594 (644)	306 (350)	268 (262)	197 (212)
	661 (620)	464 (456)	172 (216)	140 (143)	176 (142)
	312 (329)	191 (198)	65 (67)	88 (80)	113 (121)
	199 (223)	113 (149)	40 (34)	43 (27)	82 (99)
	122 (136)	72 (78)	34 (46)	43 (39)	28 (41)
	121 (118)	76 (82)	31 (40)	17 (21)	40 (39)

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2019.



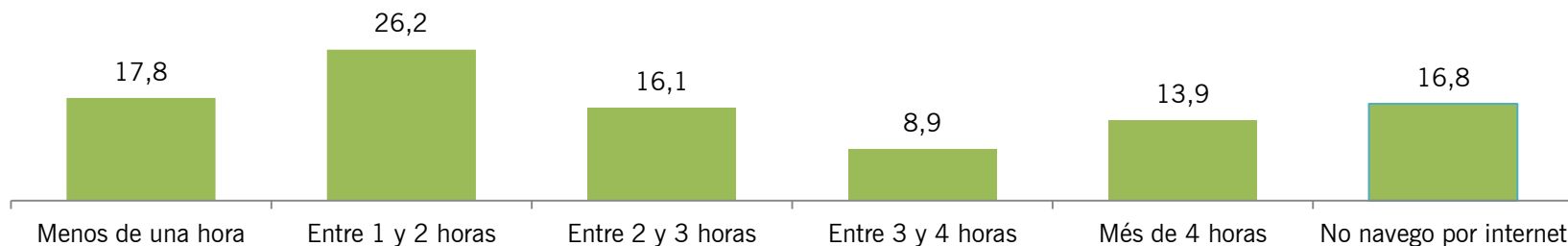
Internet

Tiempo de uso diario de internet

Tiempo de uso diario de internet

2 de cada 10 personas utilizan internet entre 1 y 2 horas al día. El tiempo de uso disminuye a medida que la edad aumenta.

	Franjas de edad				
	16-24	25-34	35-49	50-64	64 y más
Menos de una hora	3,6	9,4	21,1	24,4	18,4
Entre 1 y 2 horas	12,0	23,6	32,6	35,5	16,1
Entre 2 y 3 horas	23,5	26,6	18,0	12,2	7,1
Entre 3 y 4 horas	21,1	14,2	9,6	5,4	2,5
Más de 4 horas	39,2	24,5	15,1	6,0	1,7
No navego por internet	0,0	1,3	3,1	16,3	54,0



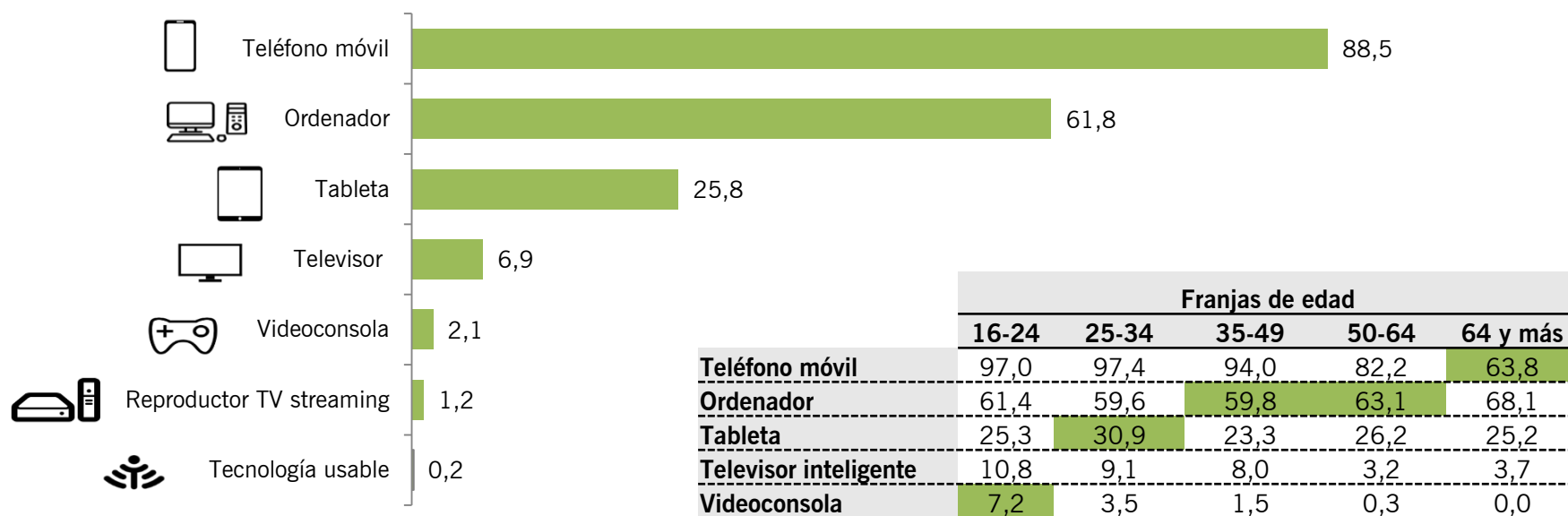
P29. Podría decirme de manera aproximada cuánto tiempo al día navega por internet? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Dispositivos de acceso a internet

Dispositivos de acceso a internet

El teléfono móvil es el dispositivo más utilizado para acceder a internet entre todas las franjas de edad, mientras que los *wearables* (tecnología usable) son los menos utilizados para este propósito.



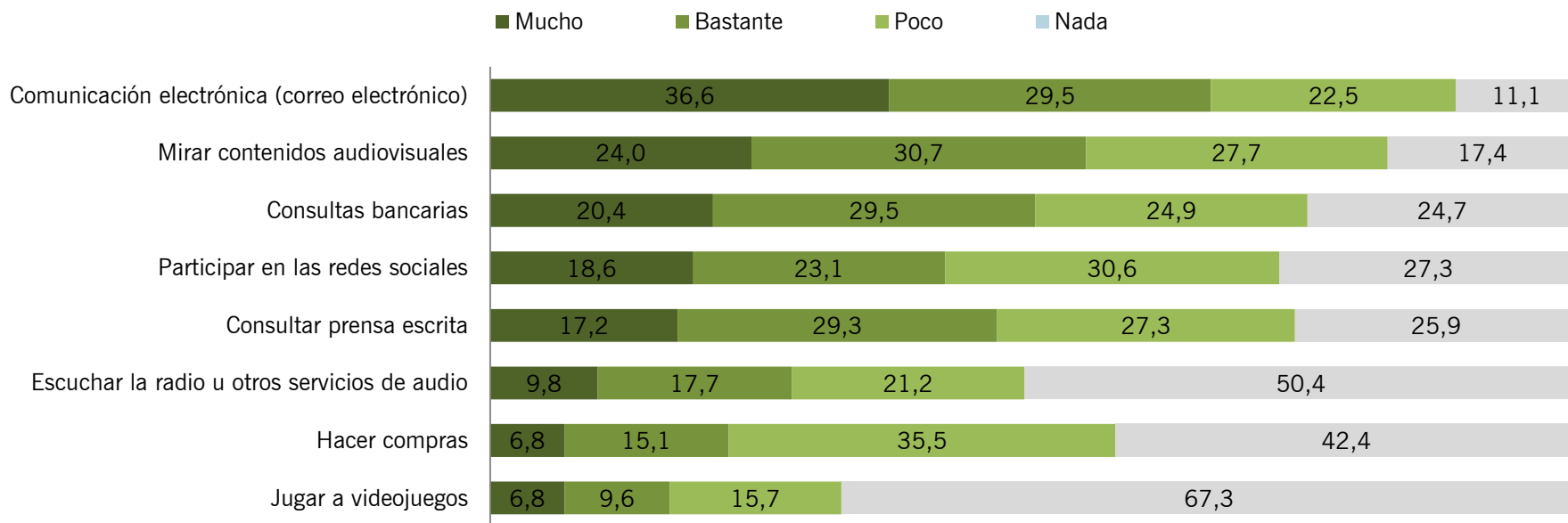
P30. A través de qué aparatos accede usted a internet? (N=1.331, respuesta múltiple, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Actividades más habituales mientras se navega por internet

Actividades más habituales realizadas mientras se navega por internet

Las actividades más habituales en internet son las comunicaciones electrónicas, el consumo de contenidos audiovisuales y las consultas bancarias.



P31. Me podría decir con qué frecuencia ha realizado estas actividades por internet este último mes? (N=1.331, respuesta simple, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Consumo de contenidos audiovisuales en internet

Consumo de contenidos audiovisuales en internet

Mira contenidos audiovisuales

	Franjas de edad				
	16-24	25-34	35-49	50-64	64 y más
Mucho	52,4	40,0	21,2	11,0	4,9
Bastante	36,1	36,5	32,2	25,2	23,3
Poco	8,4	16,1	33,7	35,0	33,1
Nada	3,0	7,4	12,5	28,8	38,7

Las personas de 16 a 34 años son las que más consumen contenidos audiovisuales en internet, mientras que un 38,7% de las más mayores (64 años o más) no lo hace nunca.

P31a. Me podría decir con qué frecuencia ha mirado contenidos audiovisuales por internet? (N=1.331, respuesta simple, %)

La respuesta más repetida en todas las franjas de edad es “no escucho nada la radio u otros servicios de radio en internet”.

Escucha la radio u otros servicios de audio en línea

	Franjas de edad				
	16-24	25-34	35-49	50-64	64 y más
Mucho	12,0	11,3	11,4	8,4	3,7
Bastante	20,5	18,7	21,8	13,3	9,8
Poco	22,3	23,0	23,3	17,8	17,8
Nada	44,6	45,7	42,5	59,9	67,5

P31b. Me podría decir con qué frecuencia ha escuchado la radio u otros servicios de audio por internet? (N=1.331, respuesta simple, %)

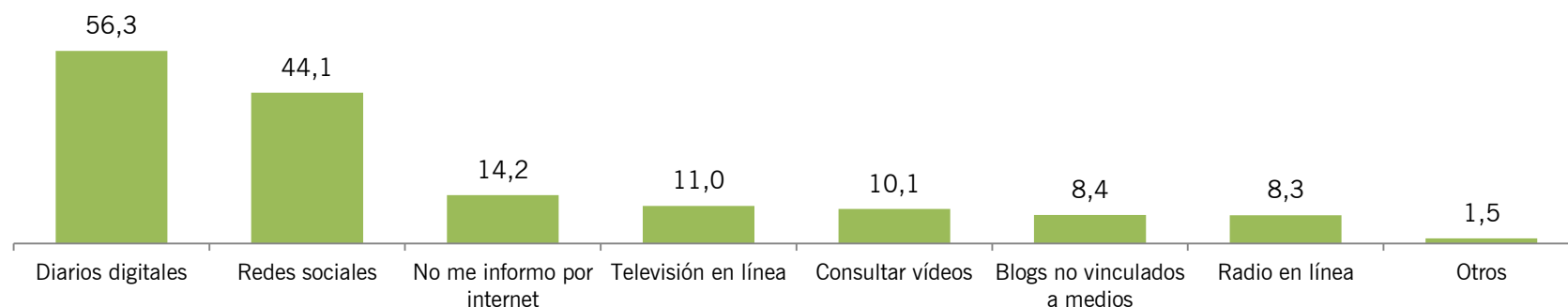
Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Servicios de internet utilizados para informarse

Servicios de internet utilizados para informarse

Mientras que las y los más jóvenes (16-35 años) acostumbran a informarse más a través de las redes sociales, el resto se informa mayoritariamente en los periódicos digitales.

	Franjas de edad				
	16-24	25-34	35-49	50-64	64 y más
Diarios digitales	50,6	60,4	57,2	53,7	58,9
Redes sociales	65,7	60,4	43,6	31,4	24,5
Televisión en línea	17,5	15,2	8,6	10,4	6,7
Consultar vídeos	13,9	12,2	12,5	5,8	4,9
Blogs no vinculados a medios	10,2	11,7	9,3	5,8	4,3
Radio en línea	3,0	7,4	10,8	8,1	8,6



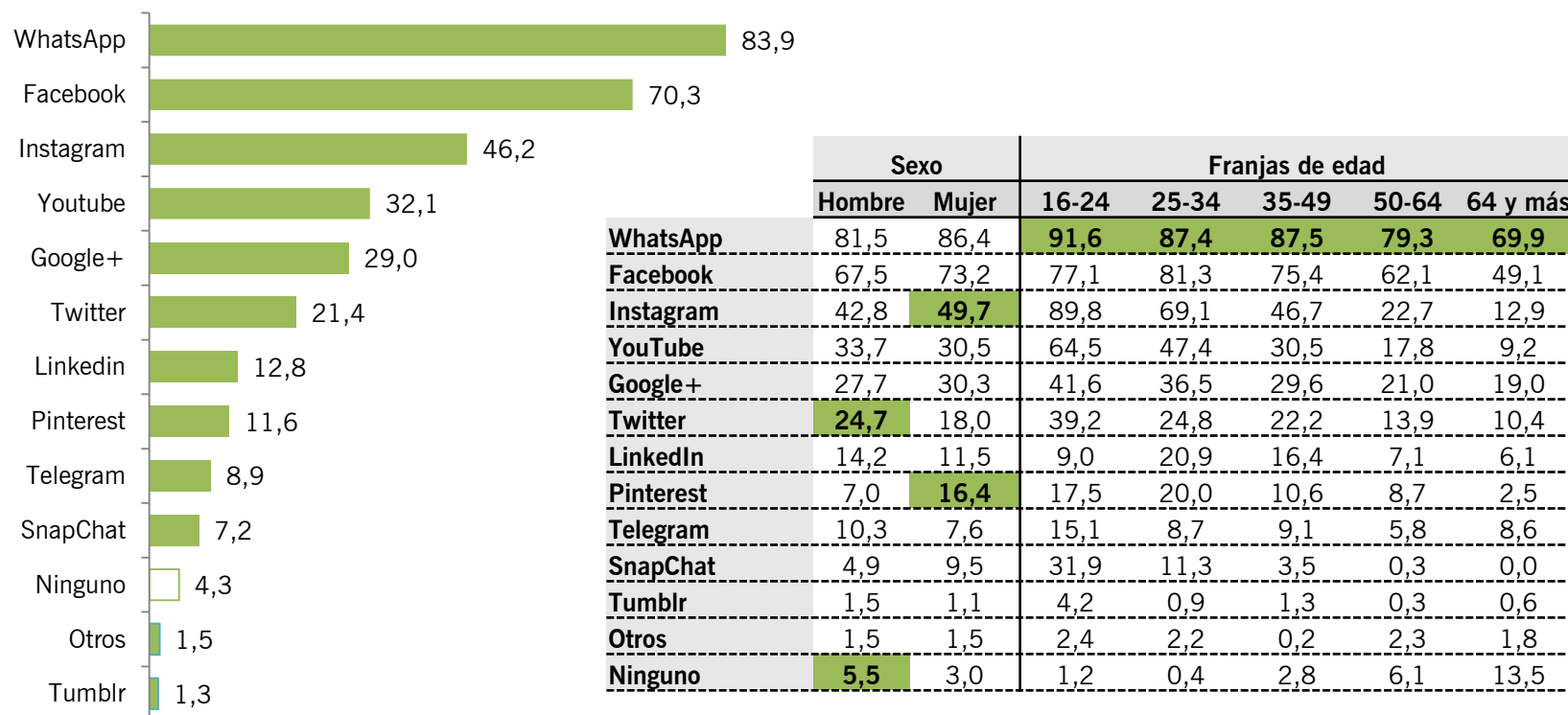
P32. Qué servicios de internet utiliza principalmente para informarse de la actualidad? (N=1.331, respuesta múltiple, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Perfiles en las redes sociales

Perfiles en las redes sociales

En general, las mujeres tienen más perfiles que los hombres en las redes sociales. Las diferencias más claras se encuentran en los casos de Pinterest e Instagram. Por el contrario, los hombres suelen tener más perfiles en Twitter.



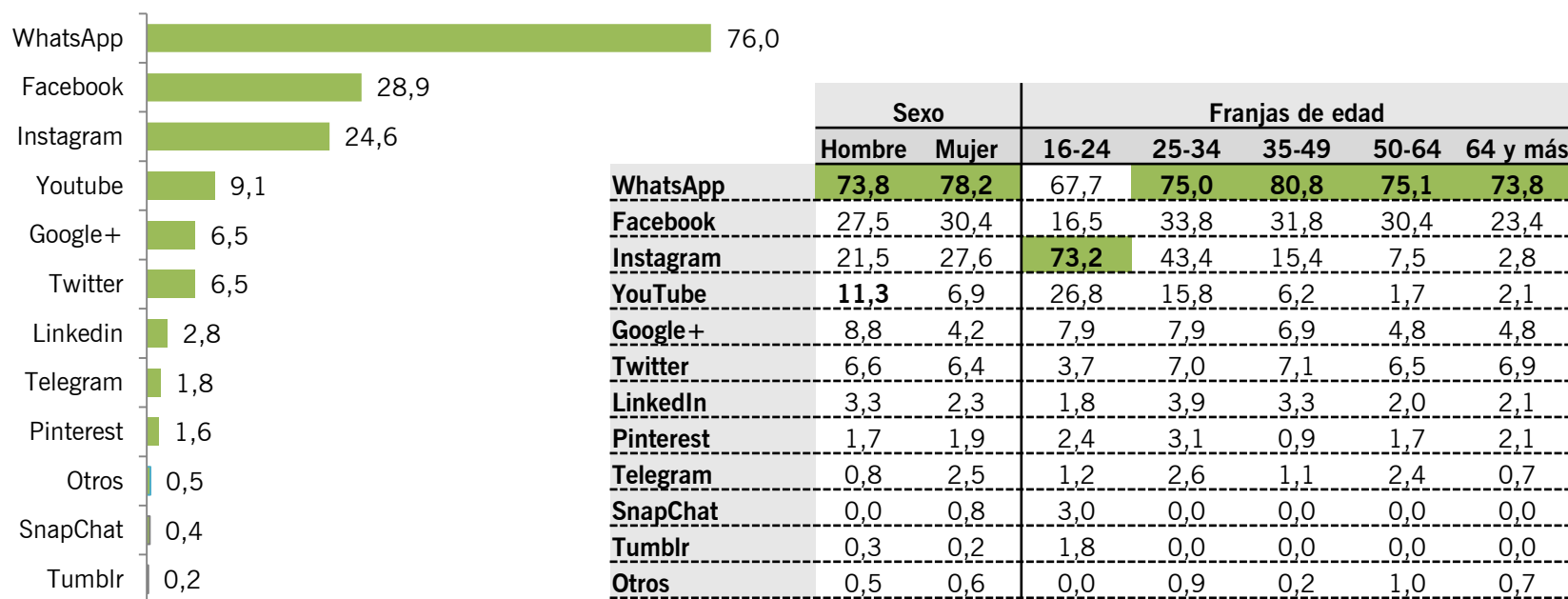
P33a. Me podría decir en qué lugar web o aplicación tiene usted un perfil o cuenta de internet? (N=1.331, respuesta múltiple, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Redes sociales más utilizadas

Redes sociales más utilizadas

WhatsApp es la red social más usada en todos los grupos de edad a excepción de los más jóvenes, que prefieren Instagram. El grupo de edad de 25 a 34 años es el que más utiliza Facebook y LinkedIn, y los más jóvenes, de 16 a 24 años, YouTube y SnapChat.



P33b. Y de estas, cuáles son las redes sociales que utiliza más? (N=1.279, respuesta múltiple, %)

Fuente: [Encuesta de usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.



El apunte: Verificadores de noticias o *fact checkers*

Verificadores de noticias: definición y contexto

Los verificadores de noticias o *fact checkers* son herramientas de comprobación de hechos, datos, informaciones, fuentes y cualquier aspecto relacionado con una noticia.

Hacen frente a la desinformación en los ámbitos político, social, científico o médico, que han estado siempre presentes en nuestra sociedad, en el marco de la libertad de expresión.

Los verificadores son instrumentos de *democracy-building*, porque permiten contrarrestar un mal uso de la tecnología para desinformar a la ciudadanía, crear un clima de desconfianza hacia las instituciones y promover ideas extremistas.



Con todo, hacen frente a dos nuevas amenazas de la tecnología digital:

- La manipulación de imágenes fijas y en movimiento, muy difícil de detectar.
- La propagación inmediata y global que ofrecen las redes sociales.

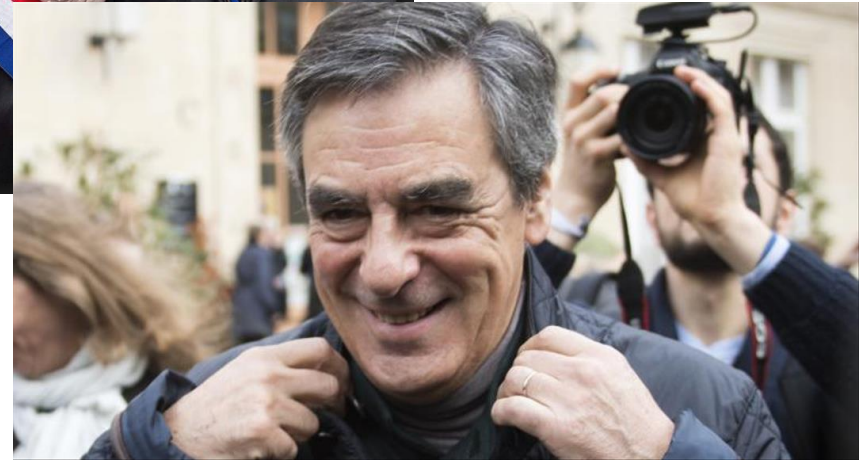
Les Décodeurs (*Le Monde*): ejemplo de verificador



Daniel Legrand

2 décembre, 01:04

François Fillon et Marion Maréchal-le Pen, ensemble contre ces salopes de gauche qui osent avorter en défiant le plan de Dieu !



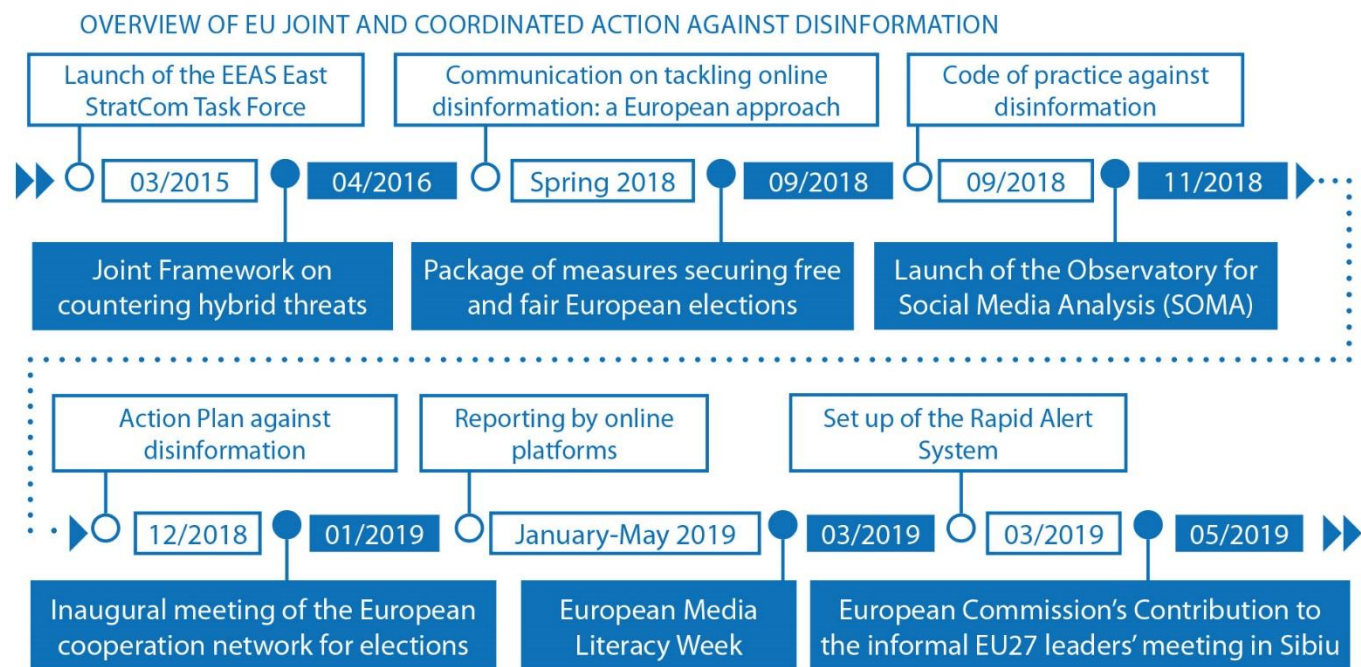
El diario francés *Le Monde* cuenta con el verificador [Décodeurs](#).

El 5/12/2016 destapó una **manipulación viralizada** en la que aparecía Marion Maréchal-Le Pen, dirigente del entonces Front National, con François Fillon, ex primer ministro francés de centroderecha. La imagen pretendía “normalizar” a la extrema derecha, pero **era falsa**.

En realidad, en la foto original salía la sobrina de la líder del FN con Logan Dijan, líder de un grupo estudiantil de extrema derecha, encausado por una agresión física a su predecesor y salpicado por la filtración de documentos PanamaLeaks.

Fuentes: [Le Monde](#) y [Décodeurs](#).

Acción de la Comisión Europea en la verificación de noticias



La Comisión Europea cuenta con la iniciativa [Tackling online Information](#).

Las **principales acciones de la Comisión Europea el 2019** han sido:

- Implementación del Código de de Prácticas en Desinformació. De enero a mayo, la Comisión **monitorizó la ejecución del Código por parte de Facebook, Google y Twitter**, para evitar malas prácticas de cara a las elecciones al Parlamento Europeo de mayo de 2019. (Informes de [enero](#), [febrero](#), [marzo](#), [abril](#) y [mayo](#).)
- Creación del [RAS \(Rapid Alert System\)](#), una red de las instituciones de la UE y de los estados miembros para coordinar una respuesta conjunta ante campañas de desinformación.

[Nota: sobre el contexto y los antecedentes de la acción de la Comisión Europea en materia de desinformación, véase el [Apunte del BIAC 10](#)].

Principales verificadores de noticias



La International Fact Checking Network (IFCN) es la principal red mundial de *fact checkers*.

Ha establecido un [Código de Principios](#) para verificadores, ha creado una [base de datos de investigación](#) sobre *fact checking* y desarrolla herramientas como el curso en línea “[Hands-on Fact-Checking](#)”.

Tiene su sede en [The Poynter Institute](#)



Facebook colabora con *fact checkers* certificados para la IFCN.

Cuenta con la colaboración de verificadores de diferentes países, entre los que destacan:

- EEUU: [Associated Press](#), [Factcheck.org](#), [Politifact](#), [Snopes](#) y [Weekly Standard](#).
- Francia: [Agence France Presse](#), [Les Décodeurs](#), [Desintox](#), [Fake Off](#) y [Les Observateurs](#).
- Reino Unido: [Full Fact](#).
- Alemania: [Correctiv](#).
- España: [AFP Factal](#), [Maldito Buló](#) y [Newtral](#).

[La lista completa](#) de los países en los que Facebook colabora con uno o varios verificadores es: Alemania, Argentina, Australia, Brasil, Camerún, Canadá, Colombia, Croacia, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, India, Indonesia, Irlanda, Israel, Italia, Grecia, Kenia, Lituania, México, Oriente Medio y África del Norte, Nigeria, Irlanda del Norte, Noruega, Pakistán, Filipinas, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Senegal, Singapur, Sudáfrica, Sri Lanka, Suecia, Turquía.



El 2 de abril de 2019, se lanzó [Verificat](#), el primer *fact checker* catalán. Cuenta con el apoyo del Colegio de Periodistas de Cataluña, Blanquerna-Universitat Ramon Llull, Universitat de Vic, Open Society Foundations, YouCheck y la Agència Catalana de Notícies.

Otros medios de Cataluña también han lanzado iniciativas similares: [Europa Fact Checking](#) (*La Vanguardia*) y [fetsOfakes](#) (CCMA).

Fuente: elaboración propia.



Flashes

Flashes (1)



Nace DAZN, el servicio en streaming y bajo demanda de contenidos deportivos

El 27 de febrero la plataforma OTT de pago [DAZN](#) inicia su servicio en España ofreciendo la primera carrera del Mundial de Moto GP. Esta plataforma pertenece al grupo inglés Perform y ofrece contenidos deportivos en directo y bajo demanda como competiciones de motos, partidos de fútbol, baloncesto o tenis. Con una misma cuenta, permite acceder hasta un máximo de cinco dispositivos diferentes.



La Liga de Fútbol Profesional presenta su propia OTT

La asociación deportiva LFP lanzó el 25 de marzo el servicio OTT [LaLigaSportsTV](#). Esta plataforma ofrece vídeos bajo demanda y emisiones en directo de competiciones deportivas estatales como por ejemplo balonmano, voleibol o fútbol sala, entre otros. La mayoría de contenidos de la plataforma son gratuitos, con excepción de la liga de fútbol de segunda división 1|2|3.



Apple quiere hacer frente a Netflix con Apple TV+

La empresa presentó el 25 de marzo un nuevo servicio de contenidos audiovisuales bajo demanda de pago. Este servicio se ofrecerá a partir de otoño a través de la aplicación [Apple TV](#) renovada. Apple se convierte en un proveedor de servicios audiovisuales y agregador de servicios de video bajo demanda de otras plataformas. Su catálogo incluirá emisiones en directo (deportes) y series, películas y documentales de producción propia.



La Xarxa de Comunicació Local estrena web

El 23 de abril de 2019, la Xarxa de Comunicació Local presentó el portal web [laxarxa.cat](#), con el objetivo de ampliar la visibilidad de los contenidos de los medios de proximidad que pertenecen a LaXarxa. El sitio web organiza los contenidos de proximidad e incorpora nuevas secciones pensadas para cubrir los intereses de comunidades de interés diversas (Culturify, Emergente!, En verde, Basura historia, Motxillers, X todos, Apetece, Deportes y Rebovina).



Encuesta del CAC: Usos y percepciones de los medios audiovisuales. 2019

El 12 de junio, en el marco del evento anual del Mercado del Audiovisual de Cataluña se han presentado los resultados de la encuesta *Usos y percepciones de los medios audiovisuales 2019*. La encuesta, elaborada por el CAC en colaboración con el Centro de Estudios de Opinión de la Generalitat, se ha realizado sobre una muestra de 1.600 entrevistas personales sobre hábitos de consumo audiovisual. La encuesta incorpora también preguntas sobre objetividad y pluralidad informativas, entre otras cuestiones. Se puede consultar en línea el documento de explotación de los [resultados más destacados](#), así como el [informe global](#) de resultados, el [cuestionario](#), la [ficha técnica](#), las [tablas estadísticas](#) y la [base de datos](#) anonimizada.

Flashes (2)



Menores de edad y hábitos digitales en el Reino Unido

El regulador británico (Ofcom) publicó en enero el informe [Annual Report on Children and Parents: Media Use and Attitudes](#), sobre los hábitos digitales de las personas entre 5 y 15 años, así como el acceso a los medios de niños de 3 y 4 años. El informe incluye los resultados sobre la percepción de los padres y madres en los usos de los hijos e hijas y los medios empleados para controlar (o no) el acceso a los medios.



Promoción de las obras europeas

El informe del Observatorio Europeo del Audiovisual [Mapping of national rules for the promotion of European works in Europe](#) analiza la normativa de 31 países (28 estados miembros de la UE, más Islandia, Noruega y Suiza). El informe, publicado en enero, estudia las obligaciones de inversión de los prestadores, de los servicios audiovisuales bajo demanda y de los distribuidores, así como las tasas y otras medidas como las políticas de cuotas y/o prominencia.



Irlanda: consulta sobre la nueva ley digital

El Ministerio de Comunicaciones, Clima y Medio Ambiente de Irlanda lanzó en marzo la [consulta sobre la propuesta de ley sobre la seguridad en línea](#). El proyecto legislativo pretende “proteger a los residentes en Irlanda, en especial a los menores de edad” y prevé ampliar la jurisdicción de la nueva Directiva de servicios de comunicación audiovisual, puesto que incluiría cualquier plataforma en línea.



Nace LUMIERE, un nuevo directorio de películas europeas

El 16 de abril la Comisión Europea y el Observatorio Europeo del Audiovisual presentaron el directorio [LUMIERE VOD](#). Lumiere VOD es una base de datos de las películas europeas disponibles en servicios bajo demanda de pago. En el momento de la presentación, la base de datos integraba la información disponible en los catálogos de 28 países de la UE (en torno a de 35.000 películas europeas). El directorio se ha diseñado como herramienta de trabajo y de evaluación dirigida a profesionales de la industria audiovisual: creación, producción, distribución, regulación, etc.



Nuevas directivas europeas sobre derechos de autoría en el mercado único digital

El 17 de abril se aprobaron dos directivas europeas relacionadas con los derechos de autoría y de propiedad intelectual. La [Directiva \(UE\) 2019/789](#) establece normas para mejorar el acceso transfronterizo de emisiones y retransmisiones de contenidos de radio y de televisión, y la [Directiva \(UE\) 2019/790](#) pretende armonizar la normativa europea aplicable a los derechos de autor y derechos afines en el marco del mercado interior. Regula, entre otras materias, el uso de contenidos protegidos en las plataformas de intercambio de videos.

BIAC. Núm. 13 – Primer cuatrimestre de 2019

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- EGM: datos de la 1.^a oleada de 2019. Ámbito Cataluña.
- Iconografía: *Noun Project*, *Freepik*

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Núm. 13. Primer cuatrimestre de 2019. Barcelona: CAC, mayo de 2019. <www.cac.cat>